

PEDOMAN TRANSLITERASI

No	Huruf Arab	Nama Huruf	Huruf Latin
1	أ	Alif	-
2	ب	Ba'	B
3	ت	Ta'	T
4	ث	Tsa'	Ts
5	ج	Jim	J
6	ح	Ha'	H
7	خ	Kha'	Kh
8	د	Dal	D
9	ذ	Dzal	Dz
10	ر	Ra'	R
11	ز	Zay	Z
12	س	Sin	S
13	ش	Syin	Sy
14	ص	Shad	Sh
15	ض	Dlad	Dha
16	ط	Tha'	Th

No	Huruf Arab	Nama Huruf	Huruf Latin
17	ظ	Zha'	Zh
18	ع	'Ain	'
19	غ	Ghin	Gh
20	ف	Fa'	F
21	ق	Qaf	Q
22	ك	Kaf	K
23	ل	Lam	L
24	م	Mim	M
25	ن	Nun	N
26	و	Waw	W
27	ه	Ha'	H
28	لا	Lam alif	La
29	ء	Hamzah	-
30	ي	Ya'	Y
31	ة	Ta' marbuthah	<u>T</u>
32	-	-	-

A. Konsonan

B. Vokal Pendek

a' =	i =	u' =
------	-----	------

C. Vokal Panjang

ā = â	ī = î	ū = û
-------	-------	-------

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
KATA PENGANTAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Landasan Teori	8
1. Literasi.....	8
2. Pemasaran Digital.....	14
3. Pelatihan	30
B. Penelitian Terdahulu.....	40
C. Kerangka Pemikiran.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
A. Metodologi Penelitian	46
B. Sumber Data.....	46
1. Data Primer.....	47
2. Data Sekunder	47
C. Teknik Pengumpulan Data	47
1. Observasi	48
2. Wawancara	48
3. Kuesioner.....	49
4. Dokumentasi.....	50
D. Instrumen Penelitian.....	50

E. Uji Kredibilitas Data	51
F. Teknik Analisis Data	52
1. Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>).....	52
2. Penyajian Data (<i>Display Data</i>).....	53
3. Penarikan Kesimpulan.....	53
G. Tempat dan Waktu Penelitian	54
1. Tempat Penelitian	54
2. Waktu Penelitian.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Gambaran Umum.....	56
1. Sejarah Berdirinya Rumah BUMN Kota Tasikmalaya.....	56
2. Visi dan Misi Rumah BUMN Kota Tasikmalaya	57
3. Struktur Kepengurusan.....	57
4. Logo Rumah BUMN Kota Tasikmalaya	58
5. Program – Program Rumah BUMN Kota Tasikmalaya	58
6. Tahapan Pengembangan UMKM di Rumah BUMN Kota Tasikmalaya	64
B. Hasil dan Pembahasan.....	65
1. Indikator Pemasaran Digital	66
2. Skor Peserta Sebelum dan Setelah Pelatihan.....	89
3. Literasi Pemasaran Digital dalam Perspektif Islam pada UMKM Binaan Rumah BUMN Kota Tasikmalaya	92
4. Indeks Literasi Pemasaran Digital dalam Perspektif Islam pada UMKM Binaan Rumah BUMN Kota Tasikmalaya	99
5. Implementasi Prinsip-Prinsip dalam Pemasaran Islam	101
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	106
A. SIMPULAN	106
B. SARAN	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM Kota Tasikmalaya tahun 2020.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 3. 1 Kategori Literasi.....	54
Tabel 3. 2 Waktu Penelitian.....	55
Tabel 4. 1 Struktur Kepengurusan Rumah BUMN Kota Tasikmalaya.....	57
Tabel 4. 2 Nilai Jawaban Responden pada Indikator <i>Coordination</i>	92
Tabel 4. 3 Nilai Jawaban Responden pada Indikator <i>Commerce</i>	94
Tabel 4. 4 Nilai Jawaban Responden pada Indikator <i>Community</i>	95
Tabel 4. 5 Nilai Jawaban Responden pada Indikator <i>Content</i>	96
Tabel 4. 6 Nilai Jawaban Responden pada Indikator <i>Communication</i>	98
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Hasil Penilaian Seluruh Indikator	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 4. 1 Logo Rumah BUMN.....	58
Gambar 4. 2 Grafik Penilaian pada Indikator <i>Coordination</i>	67
Gambar 4. 3 Grafik Hasil Penilaian pada Indikator <i>Commerce</i>	71
Gambar 4. 4 Grafik Hasil Penilaian pada Indikator <i>Community</i>	76
Gambar 4. 5 Grafik Hasil Penilaian pada Indikator <i>Content</i>	80
Gambar 4. 6 Grafik Hasil Penilaian pada Indikator <i>Communication</i>	83
Gambar 4. 7 Grafik Skor Peserta Sebelum dan Setelah Pelatihan	89